



PRENEZ VITE DE LA HAUTEUR

MASTER MARKETING ET VENTE MANAGEMENT ET DÉVELOPPEMENT DE PROJETS MARKETING

Boostez votre carrière !

Durée de la formation :
une année et
une année



Ce master répond à la demande des entreprises pour des spécialistes ayant bénéficié d'une formation de haut niveau, sachant pratiquer un marketing d'une technicité affirmée et apporter leur expertise en ce domaine. La formation vise des activités assumées par des professionnels polyvalents, capables de s'adapter à l'évolution des besoins en marketing. Lors de cette formation, la réalisation de plusieurs projets collectifs, à visée d'expériences professionnalisantes, permet l'acquisition de savoir-faire valorisés par les entreprises.

Objectif de la formation :

L'objectif du Master Marketing et Vente est de former des diplômés pouvant piloter des opérations exigeant des compétences techniques pointues. Ce master insiste sur l'esprit d'innovation. Sont ainsi valorisés ici : la créativité et la rigueur, l'ouverture d'esprit et la curiosité, l'esprit d'analyse et de synthèse, le développement d'un esprit critique et l'imagination, le sens de l'écoute et des relations humaines, le leadership, la culture du résultat.

Les modalités de formation retenues par l'équipe pédagogique, attentives aux mutations des métiers et des profils de compétences requis, favorisent le développement de l'autonomie individuelle et de l'esprit d'initiative en privilégiant les projets de terrain.

À l'issue de la formation, les étudiants sont capables de :

-  Maîtriser les méthodes d'analyse stratégique, d'études prospectives, qualitatives et quantitatives de marché, et les outils d'aide à la décision
-  Construire un projet marketing ; définir et gérer les diverses actions de marketing opérationnel
-  Conduire un projet marketing ; concevoir, organiser, coordonner et animer un travail collectif impliquant des profils professionnels variés
-  Analyser les résultats des actions marketing ; développer des innovations performantes

Organisation de la formation :

Les enseignements sont répartis sur deux années :

-  Le Master 1 se déroule sur une année. Les étudiants qui réussiront cette première année seront acceptés au Master 2 Marketing et vente.
-  Le Master 2 se déroule sur une année comprenant un stage en entreprise de 3 mois au minimum.

La planification des cours est faite de façon à permettre à des étudiants salariés de s'inscrire et suivre les cours sans aucun problème.

Boostez
votre carrière

formation :
en Master 1
en Master 2

Conditions d'accès :

Accès en 1^{ère} année du Master (M1) : accès sélectif
Être titulaire d'un diplôme de niveau Bac+3 minimum (sciences de gestion, sciences économiques, droit, école de commerce ou d'une formation équivalente) ou admis par validation d'acquis professionnel (bac+2)

Accès en 2^{ème} année du Master (M2) : accès sélectif
Être titulaire d'un diplôme de niveau Bac+4 (sciences de gestion, sciences économiques, droit, école de commerce ou formation équivalente) ou admis par validation d'acquis professionnel (bac+3)



Débouchés de la formation :

Ce Master prépare les lauréats à de multiples fonctions d'encadrement et d'expertise dans le domaine du marketing et de la gestion commerciale :

- Chef de produit
- Consultant veille marketing
- Responsable de communication
- Responsable des ventes
- Négociateur d'affaires internationales
- Directeur marketing
- Chargé d'études qualitatives ou quantitatives

Programme :

Master 1	Master 2
<p>Management, Stratégie et Sciences de Gestion 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Management de la production • Management stratégique • Projet d'analyse transversale de l'entreprise <p>Management Stratégie et Sciences de Gestion 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Droit social • GRH partagée <p>Études et recherche marketing 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Études de marché 1 – méthodes de production des données • Initiation à la recherche en marketing <p>Achats, politique de prix et politique de produit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Management des achats • Politique de prix • Politique de produit <p>Complémentaire</p> <ul style="list-style-type: none"> • LV 1 : Anglais <p>Études et recherche marketing 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atelier de prospective • Études de marché 2 – méthodes d'analyse des données <p>Politique de communication</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stratégies et techniques de communication – Earned Shared media • Stratégies et techniques de communication – Paid Owned media <p>Politique de distribution</p> <ul style="list-style-type: none"> • Franchise & Commerce en réseau • Le consommateur en distribution • Merchandising • Stratégie de la distribution et des marques de service 	<p>UE1 – Marketing qualitatif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comportement du consommateur et de l'acheteur • Consumer insight et techniques de créativité • Études qualitatives <p>UE2 – Marketing quantitatif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing prédictif, scoring et dataming • Marketing spatial et géomarketing <p>UE3 – Développement et management de l'offre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestion d'équipe, communication interpersonnelle et leadership • Marketing de l'innovation • Marketing des services <p>UE4 – Communication et valorisation de l'offre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing digital et management des réseaux sociaux • Marketing événementiel et buzz marketing • Marketing sensoriel, marketing expérientiel et sémiotique <p>UE5 – Compétences culturelles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing international et marketing interculturel <p>UE6 Professionnalisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stage : d'une durée minimum de 3 mois, le stage fait l'objet d'un mémoire évalué par les co-responsables du diplôme.

Ce programme est donné à titre indicatif. Il peut, à tout moment, être adapté.

carrière !

Liste des intervenants :

Philippe ROBERT

Docteur en sciences de gestion et Professeur agrégé des Universités à l'IGR-IAE
Membre de l'équipe de recherche en marketing et management du CREM, UMR CNRS
Co-responsable de cette formation en master marketing
Auteur de plusieurs livres et publications dans le domaine du comportement du consommateur, du développement durable

Jean-Philippe CROIZEAN

Docteur en Sciences de Gestion et maître de conférences.
Membre du laboratoire de recherche CREM.
Spécialiste en Géomarketing, marketing quantitatif et outils qualitatifs et développement durable
Co-responsable de cette formation en master marketing

Rozenn PERRIGOT

Docteur en Sciences de Gestion et professeur des Universités à l'IGR-IAE.
Spécialiste en franchise, distribution. Membre du laboratoire de recherche CREM

Maud CHEVER

Docteur en Sciences de Gestion et maître de conférences à l'IGR-IAE
Membre du laboratoire de recherche CREM et Spécialiste dans le domaine du marketing des services et de la consommation responsable

Anne JOYEAU

Docteur en Sciences de Gestion et maître de conférences à l'IGR-IAE
Membre du laboratoire de recherche CREM en tant que spécialiste dans les pratiques de management des ressources humaines

Thi LE VO

Docteur en Sciences de Gestion et maître de conférences HDR à l'IGR-IAE
Membre du laboratoire de recherche CREM. Ces recherches portent sur le domaine du pilotage et de l'aide à la décision des systèmes de production et des chaînes logistiques

Pour plus d'informations :



05 22 26 33 23 / 37

05 22 24 06 05 / 42

05 22 23 72 91 / 94

Devenez + que Remarquable !